

DAFTAR PUSTAKA

- Cecep Kusnandi, Bambang Sujtipto. *Media Pembelajaran Manual dan Digital*. (Bogor: Ghalia Indonesia. 2013). hlm. 41-42
- Florack, J., Abele, C., Baisch, S., & Forstmeier, S. (2023). Project DECIDE, part II: Decision-making places for people with dementia in Alzheimer's disease: Supporting advance decision-making by improving person-environment. *BMC Medical Ethics*, 2023.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hattarina, S., Saila, N., Maulidiana, F., Khoiry, M., & Fatimah, S. (2021). Empowerment and Accompaniment of Poor Society With Disability Through Business Skills of Decoupage and Dried Flower Craft in Rustic Style Décor. *Gandrung*, 2021.
- John Friadi dkk. (2022). In S. M. Dr. John Friadi, *Kewirausahaan Berbasis Produk* (p. 73). Samudra Biru.
- Laudon, Kenneth, dkk. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2007
- Moekijat. 2000. *Manajemen pemasaran*. Bandung : Mandar maju.
- Mulyati, T., Rohmatiah, A., & Amadi, D. N. (2019). *Pelatihan dan Pendampingan Penyandang Difabel Desa Simbatan, Kecamatan NgunToronadi Kabupaten Magetan. Terapan Abdimas UNIPMA, 2019.*
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Prosedur , Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Reza Ramdani Firman. (2017). Kajian Relasi Antara Public Figure dan Jingle TVC terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Iklan Shopee “Sepedaku Mana” Tahun 2017). *Jurnal Kreatif Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Vol. 6.
- Rustan, Suriyanto. (2014). *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021). *Metodologi Penelitian DKV*. PT. Kanisius.
- Tong, T. K. P. B. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repurchase Intention melalui Brand Trust sebagai Variabel Mediasi pada Instagram Adidas Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Volume 7 no. 1. DOI/Publisher
- Virginia, & Wijaya, LS (2020). AISAS Model Analysis of the “BTS Effect” as a Brand Ambassador and Influencer. *Journal of Communication*, 11(2), 93–100.
- Weinberg, Tamar. 2009. *The New Community Rules : Marketing on the Social Web*. California : O’ Reilly
- Wijaya, T. T. N., & Nadhiroh. (2023). Optimalisasi Akun Youtube Sanggar Difabel Solo sebagai Media Komunikasi Massa untuk Mewujudkan Masyarakat Inklusif Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 2023.
- Wirasari, Ira., & Ferdiana, Tresna. (2018). Strategi Kreatif Tema Pahlawan dalam Iklan Media Sosial Bukalapak. *Jurnal ATRAT*, Vol 6, no. 5. <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/download/522/409>
- Yulaswati, Vivi., Nursyamsi, Fajri., Ramadhan, Muhammad Nur., Palani, Herman., & Yazid, Ega Kurnia. (2021). Kajian Disabilitas Tinjauan Peningkatan Akses dan Taraf Hidup Penyandang Disabilitas Indonesia : Aspek Sosio-Ekonomi dan Yuridis. Staf Ahli Menteri Bidang Sosial dan Penanggulangan Kemiskinan, Kementerian PPN/Bappenas. Jalan Taman Suropati No. 2, Jakarta Pusat 10310.
- Zuchdi, Darmiyati. 1993. *Panduan Penelitian Analisis Konten*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian IKIP Yogyakarta.